

УДК 13:316.346.32-053

М. К. Пустовалова, Д. Ю. Нархов

Уральский федеральный университет  
имени первого Президента  
России Б. Н. Ельцина,  
г. Екатеринбург, Россия

M. K. Pustovalova, D. Yu. Narkhov,

Ural Federal University named after first  
President of Russia B. N. Yeltsin,  
Yekaterinburg, Russia

## МЕДИАКУЛЬТУРА ШКОЛЬНИКОВ: ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ДЕТСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ЛАГЕРЯ

Статья посвящена исследованию уровней медиакультуры школьников и повышения их с помощью медиатехнологии в рамках детского оздоровительного лагеря. На материалах социально-педагогического эксперимента показано, что создание медиакружка в социально-культурном учреждении является эффективной технологией повышения уровней медиакультуры и медиаграмотности школьников, способствующей развитию у подрастающего поколения критичного, индивидуального, творческого мышления.

Ключевые слова: медиакультура, уровень медиаграмотности, медиатехнология, детский оздоровительный лагерь, социально-педагогический эксперимент.

## MEDIAACULTURE OF SCHOOLCHILDREN: FORMATION TECHNOLOGY IN THE CONDITIONS OF CHILDREN'S HEALTH CAMP

The article is devoted to the study of the levels of media culture of schoolchildren and their increase with the help of media technology in the framework of a children's recreation camp. Based on the materials of the socio-pedagogical experiment, it is shown that the creation of a media circle in a socio-cultural institution is an effective technology for increasing the levels of media culture and media literacy of schoolchildren. The active involvement of students aged 11–15 in the work of such a circle contributes to the development of a younger generation of critical, individual, creative thinking.

Key words: media culture, the level of media literacy, media technology, children's health camp, social and educational experiment.

В современном мире, где возникли условия очень быстрой медиатизации общества, стремительного роста информационных технологий,

избытка и неупорядоченности различной информации, широкого доступа к компьютерной технике, подростки имеют право использовать все интернет ресурсы, выкладывать во Всемирную сеть фото, аудио- и видеоконтент, создавать личные сайты, блоги, интернет сообщества, могут организовывать сетевые мероприятия. Современное общество находится в зависимости от медиа, от СМИ, исходя из этого, его называют «информационным» и «медиаатизированным». Увеличивающееся медиаконвергентное пространство (пространство с взаимозависимым положением элементов, в нашем случае — это взаимозависимые СМИ) влияет, в первую очередь, на воспитание и образование, а также социальные, культурные и психологические ценности, создает и меняет жизненные ориентиры, модели поведения, обучение и деятельность. Особым элементом, заполняющим культурное пространство подростка и занимающим отдельное место в его жизни, является медиа. Данные условия подтверждают то, что необходимо заниматься формированием медиакультуры учащейся молодежи.

Медиаобразование как самостоятельное направление начало свое развитие в ведущих странах во второй половине XX века. Его цель — помочь школьникам и студентам понять пространство медиа, разбираться с языком СМИ, уметь оценивать тексты, в целом понимать весь мир медиакультуры. «Российская педагогическая энциклопедия» трактует медиаобразование ... как направление в педагогике, выступающее за изучение школьниками и студентами «закономерностей массовой коммуникации (прессы, телевидения, радио, кино, видео и т. д.). Основные задачи медиаобразования: подготовить новое поколение к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладевать способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств» [1, с. 555].

Профессор Н. Б. Кириллова дает определение медиакультуры как показатель уровня развития личности человека относительно интеллектуального, нравственного, эстетического восприятия, особенностей мировоззрения, анализа, оценки медиатекстов, способности к медиаторчеству, усвоению новых знаний в области медиа, рассматривая медиакультуру как особый тип культуры информационной эпохи [2, с. 496].

На молодого человека влияют социальные, политические, экономические, интеллектуальные, информационные и другие факторы. Ме-

дикультура личности школьника складывается из совокупности тех же факторов. В процессе контакта со всеми типами медиа и изучении медиасистем воспитывается медиакультура. При создании собственного информационного продукта и коллективного творчества происходит то же самое. Далее школьник самоопределяется в этом медиамире, понимает свои предпочтения и приоритеты, может представить итоги своего творчества в глобальном пространстве информации.

Использовать возможности медийного пространства, в которое входит газета, интернет, радио, телевидение, видео и другое, помогает медиаграмотность. Она же дает возможность точнее понимать их язык. Множество исследований и наличие учебных пособий не дает возможность «медиаграмотности» войти в школьную учебную программу даже в качестве внеучебной работы. Поэтому возможность повышения уровня медиакультуры в рамках детского оздоровительного лагеря при помощи организации медиа-кружка не может быть упущена. Актуальность данной деятельности в том, что это необходимо для развития личности, которая может критически, творчески, самостоятельно мыслить в информационном пространстве нашего времени.

Для достижения этой цели в нашем исследовании планируется включение школьников в организацию собственной медиасреды [3], а именно медиа-центра лагеря, для того, чтобы произошло их знакомство со структурой и функционированием СМИ «изнутри». Важно, чтобы школьники могли вдумчиво читать и анализировать медиатекст (или медиасообщение) как визуальные, так и аудиоряды, видеть скрытые подтексты, на эти показатели в нашей программе также направлены определенные действия.

Технология повышения уровней медиакультуры школьников за 21 день в детском оздоровительном лагере осуществлялась при помощи создания медиа-кружка (а внутри него медиацентра лагеря) и его интенсивной работы. Наше исследование проводилось на базе ДОЛ «Чайка», г. Березовский. Стоит отметить, что до лета 2019 года в данном социально-культурном учреждении практики работы медиакружка для детей не было. В условиях оздоровительного лагеря медиакружок — это отличная возможность объединить процесс эффективного обучения с культурной программой и отдыхом в каникулы. Это то место, где собирается, анализируется и систематизируется информация, идет процесс подготовки и проведения пресс-конференций, «круглых

столов», готовятся материалы для отрядных газет и так далее. Создание творческой обстановки помогает формировать у личности такие качества, как точность, оперативность, коммуникабельность, ответственность за написанное слово.

Технология формирования медиакультуры школьников в рамках детского оздоровительного лагеря заключалась в следующем.

Во-первых, мы провели устанавливающий эксперимент — это анкетирование школьников 11–15 лет на тему понимания медиа, написание ими сочинений для анализа владения письменной грамотностью и структурой текста. На основе работы А. В. Федорова [3, с. 15] мы взяли показатели уровней развития медиакультуры (см. таблицу) и проанализировали по ним нашу контрольную группу, а именно детей, входящих в состав медиакружка. Измерение проводилось на основе трехуровневой шкалы — низкий, средний, высокий уровни.

**Сформированность медиакультуры школьников — участников смены  
в ДОЛ «Чайка», 2019 г.**

Показатели развития медиакультуры аудитории, шкала измерения	Содержание показателя
Понятийный	Знания по истории, теории и терминологии медиакультуры
Контактный	Частота общения с медиа, умение выбирать любимые жанры, темы
Мотивационный	Мотивы контакта с медиа: эмоциональные, гносеологические, нравственные, эстетические и т. д.
Оценочный	Уровень медиавосприятия и способность к анализу медиатекстов
Креативный	Уровень творческого начала в различных аспектах деятельности (художественной, исследовательской, игровой), связанной с медиа

В констатирующем эксперименте участвовало 20 человек, с социальным статусом «школьник», в возрасте от 11 до 15 лет: 14 девочек и 6 мальчиков. Выделять в качестве экспериментальной чисто молодежную группу 14–15 лет в условиях ДОЛ не представляется целесообразным в силу

специфики комплектования отрядов. Вместе с тем, нам представлялось важным включить в эксперимент предмолодежную группу 11–13 лет, которые уже через год-два войдут в молодежный возраст.

В конце смены мы подвели итоги, отметили изменения, которые прошли со школьниками в рамках медиакружка. При помощи анкетирования определили их новые ступени уровней показателя медиакультуры. Проведение цикла занятий со школьниками увеличило уровень контактного показателя. На высокой ступени теперь находится 90 % школьников. Число детей с низким уровнем развития уменьшилось в 2 раза, теперь их — 10 %. Без особых изменений остался мотивационный показатель, так как уже вначале была зафиксирована высокая ступень у 85 % аудитории. В итоге она повысилась до 90 %. Хотелось бы отметить, что поменялся мотив контакта с медиа: с только рекреативного на интеллектуальный и креативный. Позитивные изменения заметны в понятийном показателе. Количество тех, кто демонстрировал низкую ступень, сократилось: стало 40 % при первоначальном результате в 75 %. Школьников, имеющих среднюю ступень развития данного показателя, стало большинство — 65 %. По оценочному показателю наблюдался прогресс, что отразилось в следующих результатах: количество школьников с низким уровнем сократилось с 80 до 30 %, количество школьников со средней ступенью — 70 %. Креативный показатель медиакультуры старшеклассников нашел отражение в следующих цифрах: низкий уровень уменьшился с 60 до 40 %, средний уровень повысился с 40 до 60 % контрольной группы.

Подводя итоги всего вышесказанного, приходим к выводу, что уровень медиакультуры — это общее число знаний, умений, мотивов поведения, инструментов, данных, в которые входят мотивационный, контактный, оценочный, понятийный и креативные показатели. Все это способствует верному выбору, применению, оценке, критическому анализу; возможности создания собственного медиапродукта, коллективного творчества, публикации и передачи медиатекстов в различных видах, формах и жанрах; анализу функции медиа в социуме и его влияния.

Цикл занятий с медиаобразовательным уклоном в рамках детского оздоровительного лагеря в периоде одной смены повысили уровни медиакультуры, отсюда следует и повышение медиаграмотности, так как эти понятия взаимосвязаны и взаимодополняемы.

*Литература*

1. Алиева Л. В. Воспитательная система летнего детского образовательного-оздоровительного лагеря : пособие для руководителей, педагога и вожатого. М. : ГОУДОД ФЦТТУ, 2009. 42 с.
2. Бондаренко Е. А. Формирование медиакультуры подростков. URL: [http://vio.uchim.info/Vio\\_30/cd\\_site/articles/art\\_1\\_5.htm](http://vio.uchim.info/Vio_30/cd_site/articles/art_1_5.htm) (дата обращения: 15.02.2019).
3. Маклюен Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Understanding media. М. ; Жуковский: Канон+Ц; «Кучково поле», 2003. 340 с.